

**PERAN KEPUASAN PADA PENGARUH ANTARA
CORPORATE REPUTATION DAN LOYALITAS NASABAH**

(Studi pada Nasabah Tabungan BRI Syariah Cabang Malang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :
Ika Risna
201510160311103

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2019

SKRIPSI

PERAN KEPUASAN PADA PENGARUH ANTARA CORPORATE REPUTATION DAN LOYALITAS NASABAH (Studi pada Nasabah Tabungan BRI Syariah Cabang Malang)

Oleh :

Ika Risna
201510160311103

Diterima dan disetujui
pada tanggal 29 Juni 2019

Pembimbing I,

Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.

Pembimbing II,

Dr. Rahmad Wijaya, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idris Zubroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Marsudi, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PERAN KEPUASAN PADA PENGARUH ANTARA CORPORATE REPUTATION DAN LOYALITAS NASABAH (Studi pada Nasabah Tabungan BRI Syariah Cabang Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ika Risna
NIM : 201510160311103
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 29 Juni 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Eko Handayanto, M.M.
Penguji II : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.
Penguji III : Dr. Rahmad Wijaya, M.M.
Penguji IV : Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idris Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Marsudi, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Ika Risna

NIM : 201510160311103

Program Studi : Manajemen

Surel : ikarisna9@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 30 Juni 2019

Yang Membuat Pernyataan,


Ika Risna

**PERAN KEPUASAN PADA PENGARUH ANTARA *CORPORATE*
REPUTATION DAN LOYALITAS NASABAH**

(Studi pada Nasabah Tabungan BRI Syariah Cabang Malang)

Ika Risna

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang

ikarisna9@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran kepuasan dalam pengaruh antara *corporate reputation* dan loyalitas pelanggan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Sebuah kuesioner dilakukan pada 286 responden nasabah tabungan di BRI syariah cabang Malang. Penelitian ini berkonsentrasi pada fungsi langsung dan tidak langsung. Alat analisis yang digunakan adalah asumsi klasik, analisis jalur, dan uji sobel. Hasil asumsi klasik menunjukkan bahwa semua variabel terdiri dari *corporate reputation*, kepuasan dan loyalitas pelanggan berada di garis normal dan memiliki varian serupa. Studi ini juga menemukan bahwa kepuasan telah terbukti memediasi pengaruh antara *corporate reputation* dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate reputation* memiliki pengaruh yang lebih kuat dalam efek tidak langsung dengan kepuasan sebagai mediator daripada efek langsung pada loyalitas pelanggan. Hasil uji Sobel menunjukkan bahwa kepuasan memiliki efek positif dalam memediasi pengaruh *corporate reputation* dengan loyalitas pelanggan secara signifikan.

Kata Kunci: *Corporate reputation*, kepuasan, loyalitas nasabah, analisis jalur

***THE ROLE OF SATISFACTION IN THE EFFECT OF CORPORATE
REPUTATION AND CUSTOMER LOYALTY***

(Studies in BRI Syariah Malang Branch Savings Customers)

Ika Risna

Management Study Program of the Faculty of Economics and Business

University of Muhammadiyah Malang

Tlogomas No. 246 Malang, East Java

[*ikarisna9@gmail.com*](mailto:ikarisna9@gmail.com)

ABSTRACT

This study aims to determine the role of satisfaction in the effect of corporate reputation and customer loyalty. The type of this research is quantitative research and the sampling technique uses accidental sampling. A questionnaire was conducted in 286 respondents of savings customers in the BRI Syariah Malang branch. This study concentrates on direct and indirect functions. The analytical tools are used classical assumption, path analysis, and Sobel test. The results of classical assumptions indicate that all variables consist of corporate reputation, satisfaction and customer loyalty are in the normal line and have similar variants. The study also finds that satisfaction has proven to mediate the relationship between corporate reputation and customer loyalty. The result indicating that corporate reputation has a stronger influence in indirect effect with satisfaction as the mediator than a direct effect on customer loyalty. The Sobel test result shows that satisfaction has a positive effect in mediating the relationship of corporate reputation to customer loyalty significantly.

Keywords: *Corporate reputation, satisfaction, customer loyalty, path analysis*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur saya haturkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya berikut sholawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul **“Peran Kepuasan pada Pengaruh Antara *Corporate Reputation* dan Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan BRI Syariah Cabang Malang)”**. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai derajat sarjana ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak jauh dari keterbatasan dan kekurangan. Namun, berkat bantuan dari berbagai pihak terutama dosen pembimbing, keterbatasan dan kekurangan tersebut dapat di minimalisir. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Fauzan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Marsudi, M.M., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Widayat, M.M., selaku dosen wali kelas Manajemen B 2015 Universitas Muhammadiyah Malang.

5. Dr. Fien Zulfikarijah, M.M., selaku dosen pembimbing satu yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk mengoreksi dan memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini serta tidak lupa untuk selalu memberikan semangat dan do'a demi kesuksesan kami dalam perkuliahan ini maupun untuk masa depan kami.
6. Dr. Rahmad Wijaya, M.M., selaku dosen pembimbing dua yang selalu meluangkan waktu di sela kesibukannya dan dengan penuh kesabaran telah mengoreksi, memberikan bimbingan, petunjuk dan mengajarkan ilmu-ilmu yang tidak pernah saya pelajari sebelumnya dan sangat bermanfaat guna penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini. Terimakasih pula atas do'a, motivasi dan kepercayaan yang selalu diberikan sehingga saya mampu dengan semangat berusaha menyelesaikan penelitian ini.
7. Terima kasih kepada seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini serta bekal agar kami menjadi pribadi yang lebih baik untuk melangkah ke jenjang yang lebih tinggi.
8. Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya yang ingin saya banggakan, yang menjadi pendorong utama saya dalam berusaha dan pantang menyerah dalam menuntut ilmu, Ayah Samsudin dan Ibu Asriyati serta adik saya Ifa Yulia, yang telah banyak memberikan do'a dengan tulus, ridho, dukungan dan pengorbanan yang tidak ternilai

baik secara moral maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

9. Terima kasih kepada Silvy Aprilia, sebagai sahabat seperjuangan semasa kuliah yang selalu bersama dalam susah dan senang, senantiasa membantu, saling memberikan semangat dan doa, mengingatkan untuk selalu beribadah agar diberikan kemudahan dalam setiap langkah penelitian skripsi, serta bersedia menunggu dan menemani disaat bimbingan hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
10. Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya yang berjuang bersama selama masa perkuliahan ini, Fikri Abdillah, Niken Widhoretno dan M. Rizky Pratama sekaligus menjadi saudara serta orang tua yang senantiasa menjaga, tidak pernah lupa untuk saling mengingatkan agar dapat menyelesaikan studi dengan baik demi kesuksesan di masa depan dan memberikan pelajaran menjadi pribadi yang lebih baik, serta memberikan dukungan dan semangat disaat suka dan duka.
11. Terimakasih kepada Bapak Sahid Raharjo dengan konten *YouTube* olah data berikut segala penjelasannya yang sangat banyak membantu saya dalam mempelajari secara mandiri hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
12. Sahabat *Executive Board Global Student Club* Universitas Muhammadiyah Malang 2017 yang terus menerus memberikan dukungan dan inspirasi dalam kehidupan personal dan profesional.

13. Seluruh teman-teman kelas Manajemen B yang selalu hadir untuk memberikan dukungan berupa motivasi serta do'a untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan, cerita, pengalaman dan kerjasamanya selama perkuliahan dan penyelesaian tugas akhir.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan do'a kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga kebbaikannya menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT.

Penulis percaya bahwa kebaikan dan pertolongan yang telah diberikan oleh Bapak/Ibu/Saudara/i sekalian *In Shaa Allah* akan dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang lebih besar dan tentunya jauh lebih baik. Penulis berharap semoga hasil tulisan ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di kemudian hari.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, 23 Mei 2019

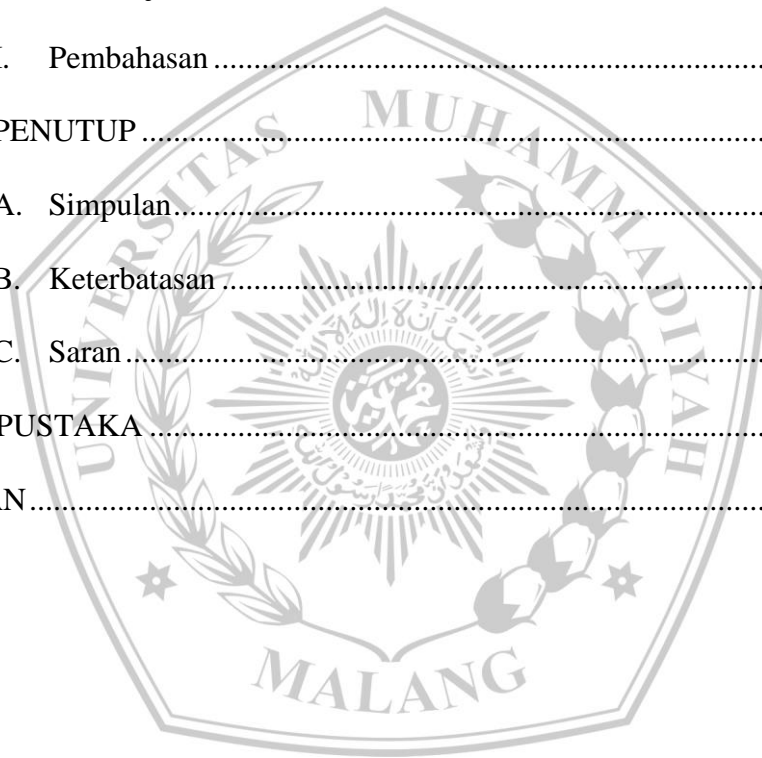
Ika Risna

DAFTAR ISI

Abstrak	iv
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Hasil Penelitian Terdahulu	10
B. Teori	12
1. Loyalitas	12
2. <i>Corporate Reputation</i>	15
3. Kepuasan	22
C. Kerangka Teori.....	24
D. Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Lokasi Penelitian	30
1. Jenis penelitian	30
2. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	30
B. Definisi Operasional Variabel	32
C. Teknik Pengumpulan Data	35
D. Teknik Pengukuran dan Penetapan Skala.....	35
E. Uji Instrumen Penelitian.....	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas.....	38
F. Uji Asumsi Klasik	39
1. Uji Normalitas	39
2. Uji Heteroskedastitas	39
G. Teknik Analisis Data	40
1. Deskripsi Jawaban Responden	40
2. <i>Path Analysis</i>	41
3. Uji Sobel.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum BRI Syariah	45
B. Identitas Responden.....	51
C. Pengetahuan Responden	53
D. Deskripsi Jawaban Responden	55
E. Hasil Uji Instrumen	62

1. Hasil Uji Validitas	62
2. Hasil Uji Reliabilitas	64
F. Hasil Uji Asumsi Klasik	65
1. Hasil Uji Normalitas	65
2. Hasil Uji Heteroskedastitas	66
G. Hasil Analisis Jalur	67
H. Hasil Uji Sobel	77
I. Pembahasan	80
BAB V PENUTUP	93
A. Simpulan	93
B. Keterbatasan	94
C. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	14
Gambar 2.2 Model Kepuasan/Ketidakpuasan Pelanggan	23
Gambar 2.3 Model Penelitian Peran Kepuasan Terhadap Pengaruh Antara <i>Corporate Reputation</i> dengan Loyalitas Nasabah	25
Gambar 4.1 Logo Perusahaan PT BRI Syariah Tbk.	46
Gambar 4.2 Diagram Analisis Jalur	68



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Indonesian Bank Loyalty Index (IBLI) Sharia Banking (Saving Account)	3
Tabel 1.2	Peringkat Reputasi pada Bank Syariah Tahun 2018	4
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2.2	Perbedaan antara <i>organizational identity</i> , <i>organizational image</i> , dan <i>corporate reputation</i>	16
Tabel 3.1	Definisi Operasional Penelitian	33
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Instrumen	37
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	39
Tabel 3.5	Kriteria Interpretasi Angka Indeks	40
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan	52
Tabel 4.4	Pengetahuan Responden	53
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel <i>Corporate Reputation</i>	56
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan	58
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Loyalitas	60
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Instrumen	62
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	65
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas	67

Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastistas Model Regresi 1.....	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastistas Model Regresi 2.....	67
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Analisis Jalur Model Regresi 1.....	73
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Koefisien Analisis Jalur Model Regresi 1	73
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Analisis Jalur Model Regresi 2.....	74
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Koefisien Analisis Jalur Model Regresi 2	74
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Koefisien Jalur Secara Keseluruhan	75
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Koefisien Beta Secara Individual.....	76
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Sobel.....	78
Tabel 4.20 Kriteria <i>Variance Accounted For</i> (VAF).....	79



DAFTAR PUSTAKA

- Abd-El-Salam, Eman Mohamed *et al.* 2013. "The Impact of Corporate Image and Reputation on Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Testing the Mediating Role Case Analysis in an International Service Company". *The Business & Management Review*, Vol.3 No. 2, hlm: 177-196.
- Ali, I. *et al.* 2012. "Corporate Reputation, Consumer Satisfaction and Loyalty". *Romanian Review of Social Sciences*, 3: hlm: 13-23.
- Alnaser, Feras M. *et al.* 2017. "Determinants of Customer Loyalty: The Role of Service Quality, Customer Satisfaction and Bank Image of Islamic Banks in Palestine". *International Journal of Economics & Management Sciences*. Vol. 6 No. 5, hlm: 1-4.
- Alma, H. Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Almeida, Maria da Graça Casimiro dan Arnaldo Matos Coelho. 2017. "The Impact of Corporate Reputation in a Dairy Company". *Business and Economics Journal*, Vol. 8 No. 4, hlm: 1-11.
- Apriyani. 2018. "31 Bank Raih Penghargaan Banking Service Excellence Awards 2018". <http://infobanknews.com/31-bank-raih-penghargaan-banking-service-excellence-awards-2018/>. [diakses pada 24 Oktober 2018].
- Barito, Wildan Syahreza. 2012. "Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Toko Bahan Bangunan Retailer Cat Tembok SLX di Wilayah Bandung". hlm: 1-18.
- Bri Syariah. 2017. www.brisyariah.co.id. [diakses pada 30 Maret 2019].
- Cicilia, Sanny. 2018. "OJK: Aset bank syariah tumbuh 20,65% per Februari 2018". <https://keuangan.kontan.co.id/news/ojk-aset-bank-syariah-tumbuh-2065-per-februari-2018>. [diakses pada 24 Oktober 2018].
- Dasuki, Havid. 2017. "Pengaruh Corporate Rebranding Terhadap Loyalitas Konsumen PT Eiger Melalui Brand Association Dan Reputasi Perusahaan". *Skripsi*. Universitas Lampung.
- Fakhrudin, Arif. 2016. "Pengaruh Performance Quality, Reputasi Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek". Vol. 7 No.1, hlm: 65-83.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fombrun, C.J., Gardberg, N.A. dan Sever, J.M. 2000. "The reputation quotient: a multistakeholder measure of corporate reputation". *Journal of Brand Management*. Vol.7 No.4, hlm: 241-255.
- Fornell, C., Michael D. Johnson, Eugene W. Anderson, Jaesung Cha dan Barbara E. B. 1996. "The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings". *Journal of Marketing*. Vol 60, hlm: 7-18.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi Kedelapan Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gorondutse, A. H. *et al.* 2014. "Relationship between Corporate Reputation and Customer Loyalty on Nigerian Food and Beverages Industry: PLS Approach". *Int. J. Manag. Bus.* Vol. 4 No. 2, hlm: 125-136.
- Gul, Rohsana. 2014. "The Relationship between Reputation, Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty". *Journal of Public Administration and Governance*. Vol. 4 No. 3, hlm: 368-387.
- Hardjana, Andre A. 2008. "Komunikasi dalam Manajemen Reputasi Korporasi". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 5 No. 1, hlm: 1-24.
- Hasanah, Rofifah M. 2015. "Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Internet Banking (Studi pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Bogor)". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Indonesian Bank Loyalty Index. 2016. www.infobank.com. [diakses pada 24 Oktober 2019].
- Islam, Tahir *et al.* 2013. "The impact Corporate Social Responsibility on Customer Loyalty: mediating role of Customer satisfaction". hlm: 1-11.
- Iswadi, Andi dan Rahayu Tiasity. 2015. "Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 15 No. 2, hlm: 217 – 226.
- Kim, Jeong. 2010. "The link between service quality, corporate reputation and customer responses". *Tesis*. University of Manchester.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12. Jakarta: Macanang Jaya Cemerlang.
- Kurnia, Dandy. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah, Nilai Bagi Nasabah, dan Reputasi Perusahaan Pada Bank BUMN". *UG Jurnal*. Vol. 10 No. 12, hlm: 05-08.
- Kriyantono, R. 2012. *PR & Crisis management: Critical PR, Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Prenada.
- Malhotra, Naresh K. 2005. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Nurfakihiswara, Iman. 2017. "Inilah Bank-bank dengan Reputasi Terbaik Tahun 2017". <https://www.wartaekonomi.co.id/read162697/inilah-bank-bank-dengan-reputasi-terbaik-tahun-2017.html>. [diakses pada 24 Oktober 2018].
- Pratiwi, Ria. 2014. "Cara Perbankan Tingkatkan Loyalitas Nasabah". <https://swa.co.id/swa/business-strategy/cara-perbankan-tingkatkan-loyalitas-nasabah>. [diakses pada 24 Oktober 2018].
- Rahman, H. 2013. "Customer Satisfaction and Loyalty: A Case Study from The Banking Sector". *Central European Business Review*. Vol 2, No. 4, hlm: 15-23.
- Razak, Abdul. 2017. *Demografi Nasabah Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas pada Bank di Sulawesi Tenggara*. Yogyakarta: Gawe Buku.
- Riduwan dan Kuncoro, 2008. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabet.

- Schnaars. 1998. *Marketing Strategy: Customers and Competitions*. Ed. 2. New York: Free Press.
- Shahid, Muhammad Naeem dan Waseem Khan. 2015. "Factors Affecting Customer Loyalty in Banking Sector: A Study on Banks in Bahawalpur (Pakistan)". *International Journal of Accounting and Financial Reporting*. Vol. 5 No. 1, hlm: 239-254.
- Sholihin, M., dan Ratmono, D. 2013. *Analisis SEMPLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sridhar M. dan P. Ganesan. 2016. "The Effect of Corporate Social Responsibility on Customer Performance and Behavioral Intention - Testing the mediating role of reputation of a private university". *Great Lakes Herald*, Vol 10. No. 1, hlm: 1-37.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sunaryo, dan Zakaria Bahari. 2012. "Organization Ethics Reputation and Customer Loyalty: Perception of Muslim Customer Sharia Banking". *Asia-Pacific Management and Business Application*. Vol. 1 No.1, hlm: 69 – 80.
- Syah, Tantri Yanuar Rahmat. 2013. "Perbedaan Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kualitas Produk, Nilai Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Pasar Bisnis". *Jurnal Ekonomi*. Vol. 4 No. 2, hlm: 209-226.
- Szwajca, Danuta. 2015. "Corporate Reputation and Customer Loyalty as The Measures of Competitive Enterprise Position – Empirical Analyses on The Example of Banking Sector". *Institute of Economic Research Working Papers*. No. 113.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Utari, Desi Suci. 2015. "Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Jasa Asuransi (Kasus Pada PT Asuransi BSAM Cabang Pekanbaru)". *JOM FISIP*. Vol. 2 No.2, hlm: 1-8.
- Walker, K. 2010. "A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature: Definition, Measurement, and Theory". *Corporate Reputation Review*. Vol. 12 No. 4, hlm: 357-387.
- Zhang, Yang. 2009. "A Study of Corporate Reputation's Influence on Customer Loyalty Based on PLS-SEM Model". *International Business Research*. Vol. 2 No. 3, hlm: 28-3

Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang



Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal: 10/10/2018

KODE 52
A

Nama : Ika Risna
NIM : 201510160311103
Jurusan : MANAJEMEN

Naskah Publikasi : Lulus
Terjemahan Abstrak : Selesai



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
Eka Fitri Anggraini

